

'Sales, sales, sales'

Ephicas, ontwikkelaar van energiebesparende side-skirts voor vrachtwagens won honderdduizend euro in de Postcode Loterij Green Challenge. Hjalmar van Raemdonck, met broer Gandert oprichter van Ephicas: "Het helpt ons bij ontwikkeling van ons product."



Hjalmar van Raemdonck: "We worden serieus genomen"
(Foto: Sam Rentmeester/FMAX)

×ERIK HUISMAN

Zes prijzen in één jaar. Begint winnen te wennen?

"Ja, want we zijn teleurgesteld als we niet winnen. Bij de Postcode Loterij Green Challenge waren we runner-up. Dat gaf een dubbel gevoel. Blij met de honderdduizend euro, maar niet gewonnen. De hoofdprijs was 500 duizend euro. Daarmee waren we onafhankelijk geweest."

Op naar de miljoen?

"Zo'n prijs is er met deze challenges niet. Op naar de miljoen is wel de opzet voor onze omzet. Die is nu nog nul."

Waarom doen jullie aan al die wedstrijden mee?

"Op de eerste plaats vanwege de marketing. De naamsbekendheid

van Ephicas en de SideWing is heel belangrijk. Op de tweede plaats omdat het ons een netwerk oplevert. Dat werkt. Ten derde vanwege het geld.

Waar gaat dat geld heen?

"Naar de productie en de engineering van de productie, dus het aanpassen aan al de trucks waar de SideWing op moet kunnen. Denk aan bevestiging, diktes van materiaal, aerodynamica en kantelbaarheid om een wiel te kunnen verwisselen."

Komen jullie nog aan werken toe?

"Jazeker. Aan wedstrijden deelnemen is marketing en marketing is werken. De eerste wedstrijden zijn lastig, maar je leert ervan. We komen er als bedrijf ook verder mee. Voor een wedstrijd moesten we een

businessplan maken en bij de Green Challenge was een mediatraining onderdeel van het proces."

Gaat serieus zaken doen makkelijker met al deze prijzen?

"Klanten bellen ons nu zelf. Ze denken: als zoveel juryleden positief zijn, dan moet er iets in zitten. We worden serieus genomen en krijgen vertrouwen van banken, producenten en afnemers."

Zit er al schot in het uitrusten van vrachtwagens met de side-skirts?

"Over twee weken staat de eerste SideWing hier en kijken we of hij is zoals we willen. Daarna worden er twintig sets gemaakt. In december gaan de eerste *launching customers* [- TNT, de Greenery, Jan de Rijk, Albert Heijn en GE-TIP - ermee rijden."

In welke fase zit Ephicas nu?

"In de aanloopfase van de commercialisering van het product. Dat houdt in het toetsen van de engineering maar ook het in kaart brengen van de operationele kosten."

Waar liepen jullie als beginnend bedrijf tegenaan?

"We hadden te weinig ervaring met omgaan met grote klanten. Daarvoor hebben we al snel Hessel Jongebreur binnengehaald. We vonden hem via een wedstrijd; hij zat in een jury."

Wat is jullie focus voor de komende tijd?

"Na de testen moeten we de productie op poten krijgen, dus sales, sales, sales. In de fase erna kunnen we het product optimaliseren qua kosten."

Nog nieuwe producten in de pijplijn?

"Er staan vier dingen in de wachtrij, allemaal aerodynamische voorzieningen voor trailers en coaches."

Jullie zitten nu bij Yes!Delft. Worden jullie daar niet te groot voor?

"Oh nee! We hebben nog niks verkocht hè. We zitten met drie man bij de incubators, maar bij Yes!Delft zitten ook doorgroeiers met 20 tot 25 medewerkers. In 2010 hopen we doorgroeier te zijn met verkopers en misschien ook mensen voor engineering."